

**LAPORAN AKHIR**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT INTERNAL DOSEN**



**STRATEGI PENDAMPINGAN LEGALITAS, DIGITALISASI, SERTA BRANDING**  
**DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM MEJA LIPAT “JALERPITU”**

**Tim Pengusul:**

**Defi Tristio Putri, S.E, M.E.**  
**Shafira Niken Sari, S.M., M.E.**  
**Indah Novita Sari**  
**Nadia Salsa Bila**

**Nomor Kontrak**

**031 / LPPM-PENGMAS / UB / XI/ 2025**

*Dibiayai oleh:*

*Universitas Bojonegoro*  
*Periode 1 Tahun Anggaran 2025/2026*

**UNIVERSITAS BOJONEGORO**

**2026**

## HALAMAN PENGESAHAN

### PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENDANAAN PERGURUAN TINGGI

1. **Judul Pengabdian** : Strategi Pendampingan Legalitas, Digitalisasi, serta Branding dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Meja Lipat 'JalerPitu' Desa Mentoro Kecamatan Soko Kabupaten Tuban
2. **Ketua**
  - a. Nama Peneliti : Defi Tristio Putri
  - b. NUPTK : 6540776677230202
  - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
  - d. E-mail : [defi@unigoro.ac.id](mailto:defi@unigoro.ac.id)
  - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan
3. **Anggota 1**
  - a. Nama (Dosen) : Shafira Niken Sari
  - b. NUPTK : 1741775676230272
  - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
  - d. E-mail : [Shafirnikensari26@gmail.com](mailto:Shafirnikensari26@gmail.com)
  - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan
- Anggota 2**
  - a. Nama (Mahasiswa) : Indah Novita Sari Sari
  - b. NIM : 222602011009
  - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
  - d. E-mail : [Indhno17@gmail.com](mailto:Indhno17@gmail.com)
  - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan
- Anggota 3**
  - a. Nama (Mahasiswa) : Nadia Salsa Bila
  - b. NIM : 22602011012
  - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
  - d. E-mail : [nadiasalsa3232@gmail.com](mailto:nadiasalsa3232@gmail.com)
  - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan
4. **Jangka Waktu Pengabdian** : 6 (enam) bulan
5. **Lokasi Pengabdian** : Desa Mentoro, Kecamatan Rengel
6. **Dana Diusulkan** : Rp. 2 .000.000

Bojonegoro, 25 Februari 2026

**Mengetahui,**

Ketua LPPM Universitas Bojonegoro

Pengusul,

**Laily Agustina Rahmawati, S.Si., M.Sc.**  
NIDN 07 2108 8601

**Defi Tristio Putri, S.E., M.E**  
NUPTK 6540776677230202

## **KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan puji syukur Kepada ALLAH SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga kami dapat menyusun Laporan pengabdian ini yang didanai secara internal oleh Universitas Bojonegoro dengan judul “Strategi Pendampingan Legalitas, Digitalisasi, serta Branding dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Meja Lipat 'JalerPitu' Desa Mentoro Kecamatan Soko Kabupaten Tuban”.

Dalam Pengabdian ini, tidak luput dari kekurangan dan kesulitan baik berupa hambatan maupun rintangan sehingga proposal kami ini jauh dari kata sempurna. Namun, pelaksanaan pengabdian ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Arief Januwarso S.sos, M.si Selaku Ketua Yayasan Universitas Bojonegoro.
2. Ibu Dr. Tri Astuti Handayani, SH., M.Hum Selaku Rektor Universitas Bojonegoro.
3. Ibu Laily Agustina Rahmawati, S.Si., M.Sc. Selaku Ketua LPPM Universitas Bojonegoro.
4. Ibu Endang, SE,M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi.

Dengan demikian, kami mengharapkan petunjuk dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun kearah perbaikan untuk kesempurnaan. Kami berharap semoga pengabdian ini dapat menambah pengetahuan bagi setiap orang yang membacanya.

Bojonegoro, 25 Februari 2026

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	1
KATA PENGANTAR .....	2
DAFTAR TABEL .....	5
DAFTAR GAMBAR .....	6
DAFTAR LAMPIRAN .....	7
INFORMASI KELAYAKAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT .....	8
RINGKASAN .....	9
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Isu dan Fokus Pengabdian .....	1
1.2 Lokasi Pendampingan .....	2
BAB II .....	4
SOLUSI PERMASALAHAN .....	4
2.1 Solusi Permasalahan Pendampingan .....	4
2.2 Riset Terdahulu dan Teori Yang Relevan .....	5
3.1 Tahapan Kegiatan .....	8
BAB IV .....	10
KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI .....	10
BAB V .....	11

5.1 Hasil Pendampingan .....	11
5.2 Pembahasan .....	25
DAFTAR PUSTAKA .....	28
LOGBOOK PENGABDIAN MASYARAKAT.....	34

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Waktu Pendampingan Pembuatan Logo .....	11
Tabel 3.2 Waktu Pendampingan Pembuatan Banner .....	11
Tabel 3.3 Waktu Pendampingan Pendaftaran NIB .....	11
Tabel 3.4 Waktu Pendampingan Pembuatan Shopee Seller .....	12
Tabel 5.1 Jadwal Pendampingan.....	14

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 5.1 Lokasi UMKM Meja Lipat "JalerPitu" .....	15
Gambar 5.2 Hasil Pendampingan Pembuatan Logo .....	16
Gambar 5.3 Hasil Pembuatan Banner .....	16
Gambar 5.4 Hasil Pendampingan Pendaftaran NIB.....	17
Gambar 5.5 Hasil Pendampingan Pembuatan Akun Shopee Seller .....	18
Gambar 5.6 Sebelum Adanya Pendampingan Pembuatan Logo .....	19
Gambar 5.7 Setelah Adanya Pendampingan Pembuatan Logo.....	20
Gambar 5.8 Sebelum Adanya Pendampingan Pembuatan Banner .....	22
Gambar 5.9 Setelah Adanya Pendampingan Pembuatan Banner.....	22
Gambar 5.10 Setelah Adanya Pendampingan Pendaftaran NIB .....	25
Gambar 5.11 Sebelum Pendampingan Pembuatan Akun Shopee.....	28
Gambar 5.11 Setelah Pendampingan Pembuatan Akun Shopee .....	29

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Nomor Induk Berusaha (NIB) ”JalerPitu”.....	36
Lampiran 1.2 Foto Bersama Pelaku Usaha .....	36
Lampiran 1.3 Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha .....	37
Lampiran 1.4 Pendampingan Pembuatan Akun Shopee .....	37
Lampiran 1.5 Pendampingan Pembuatan Logo dan Banner .....	37
Lampiran 1.6 Pemasangan Banner.....	38
Lampiran 1.7 Penyerahan Nomor Induk Berusaha (NIB) .....	38
Lampiran 1.8 Produk Meja Lipat “JalerPitu” .....	39
Lampiran 1.9 Aktivitas Produksi Meja Lipat ”JalerPitu” .....	40
Lampiran 1.10 Alat Yang Digunakan Untuk Produksi Meja Lipat .....	40

## **INFORMASI KELAYAKAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

Judul : **Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Umkm Gapit Gamoh Desa Bulurejo Kecamatan Rengel**

Bidang Keilmuan : **Ekonomi Pembangunan**

Nomor Kontrak : **031 / LPPM-PENGMAS / UB / XI/ 2025**

Nama Ketua : **Defi Tristio Putri, S.E., M.M.**

NUPTK Ketua : **6540776677230202**

SINTA ID Ketua : **6987587**

Nama Anggota 1 : **Shafira Niken Sari, S.E., M.E**

NUPTK Anggota 1 : **1741775676230272**

SINTA ID Anggota 1 : **6987474**

Nama Anggota 2 : **Indah Novita Sari**

NIM Anggota 2 : **22602011009**

Nama Anggota 3 :

NIM Anggota 3 :

Tahun Usulan : **2025**

Tahun Pelaksanaan : **2025 - 2026**

### **Luaran Wajib**

Alamat OJS : **<https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/guyub/index>**

Nama OJS : **Pena Dimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat**

Volume dan Issue :

ISSN : **2723-1224**

Tahun Publikasi : **2026**

Peringkat Akreditasi : **Sinta 3**

## **RINGKASAN**

Pendampingan ini dilakukan untuk membantu UMKM meja lipat “Jalerpitu” di Desa Mentoro, Kecamatan Soko, Kabupaten Tuban untuk mendapatkan izin legalitas usaha, melakukan peralihan ke sistem pembayaran digital, dan mengoptimalkan strategi pemasaran di era digital. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah belum memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha), dan kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan media digital untuk promosi dan melakukan penjualan. Tujuan dari program ini adalah untuk memberikan pemahaman terkait proses pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui website OSS, dan meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan melalui penerapan digital marketing berbasis media sosial, khususnya Shopee. Pendekatan yang digunakan meliputi pelatihan dan pendampingan teknis dalam membangun identitas merek, seperti pembuatan logo, dan banner. Selanjutnya, tim pendamping membantu mitra dalam membuat NIB (Nomor Induk Berusaha) melalui website OSS, dan membuat akun Shopee sebagai media untuk penjualan secara online. Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra terhadap pembuatan izin legalitas, pengelolaan akun shopee, serta keberhasilan dalam menciptakan identitas merek yang konsisten. Target utama berupa peningkatan visibilitas usaha dan perluasan pasar dapat dicapai melalui penerapan media sosial secara efektif.

**Kata Kunci:** Pendampingan, UMKM, Legalitas, Digital Marketing, Branding



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Isu dan Fokus Pengabdian**

Jutaan orang bergantung pada UMKM untuk penghidupan mereka, dan kehadiran mereka dalam lanskap ekonomi yang terus berkembang berfungsi sebagai katalisator inovasi dan kreativitas lokal (Ningtyas & Kusuma, 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Industri ini menjadi penggerak utama dalam peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerataan ekonomi, selain menciptakan lapangan kerja. UMKM dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional karena jumlahnya yang terus bertambah. UMKM juga berkontribusi terhadap pertumbuhan sektor industri lainnya melalui rantai pasokan yang luas, yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan (Delfira et al., 2025).

Menurut laman website Tuban smart city, jumlah UMKM di Kabupaten Tuban terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2021, terdapat 70.772 UMKM di Tuban; pada tahun 2022 jumlah ini meningkat menjadi 115.094 UMKM; dan pada tahun 2023 menjadi 115.094 UMKM. Proses pendataan untuk tahun 2024 masih berlangsung.

UMKM di Indonesia sendiri masih menghadapi sejumlah kendala, termasuk keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas, teknologi, dan pembiayaan. Seiring dengan kemajuan era digitalisasi dan globalisasi serta persaingan pasar yang semakin ketat, UMKM harus menyesuaikan diri dengan inovasi dan strategi yang lebih efektif. Selain itu, penting untuk berupaya meningkatkan daya saing UMKM (Delfira et al., 2025).

Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM, Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) berperan penting untuk melindungi para pelaku usaha, untuk memperoleh kepastian dalam berusaha dan menikmati keamanan dan kenyamanan yang seharusnya para pelaku usaha peroleh, supaya dapat berkontribusi secara nyata dalam meningkatkan nilai tambah dalam produksi, menyediakan barang dan jasa kebutuhan masyarakat, serta penyerapan tenaga kerja (Saridewi et al., 2023).

Program pendampingan yang dibuat untuk membantu UMKM dalam meningkatkan efektivitas operasional dan aksesibilitas pasar merupakan salah satu strategi yang berhasil. Bagi banyak pelaku usaha, khususnya UMKM, perluasan akses pasar dan bisnis telah menjadi prioritas utama (Ningtyas & Kusuma, 2024). Dalam hal ini, penulis melakukan beberapa program sebagai wujud pengembangan digitalisasi, perizinan, dan meningkatkan

branding pada usaha Jalerpitu Meja Lipat. Sesuai dengan perkembangan zaman yang semakin dewasa ini selalu berkaitan dengan teknologi sehingga penulis membawa pendekatan pendampingan ke arah digitalisasi dan penguatan branding.

Di era konektivitas digital, metode pemasaran tradisional telah berubah menjadi pendekatan yang lebih modern dan terukur. UMKM di Tuban perlu mengubah strategi tradisional mereka untuk meningkatkan pangsa pasar mereka. Pemasaran digital sangat penting untuk menjangkau pasar yang lebih besar karena konsumen saat ini lebih cenderung mencari produk dan layanan secara online (Erwin et al., 2023).

Namun, beralih ke digital marketing adalah tugas yang sulit. Salah satu tantangan terbesar yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM adalah mereka tidak tahu bagaimana mengelola berbagai elemen digital marketing (Cahyo et al., 2024). Hal ini juga terjadi pada mitra kami Jalerpitu Meja Lipat yang merasa bahwa mengelola media sosial terasa sulit karena belum terbiasa dengan teknologi. Pelatihan dan pendidikan diperlukan sebagai langkah awal dalam mengadopsi digital marketing. Diperlukan pendampingan untuk membuat serta mengelola akun e-commerce (shopee) "Jalerpitu Meja Lipat" tersebut agar dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai upaya dalam pengembangan usaha melalui digital marketing ini. E-commerce Shopee sendiri dipilih untuk menjadi proyek utama pendampingan karena merupakan salah satu platform yang sering digunakan untuk tempat pencarian informasi tentang produk meja lipat. memiliki potensi yang besar, usaha ini masih menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan penjualan di pasar yang semakin kompetitif.

## **1.2 Lokasi Pendampingan**

Program pendampingan UMKM ini dilaksanakan di Dusun Sawahan, Desa Mentoro, Rt 06 Rw 01 Kecamatan Soko, Kabupaten Tuban. Di Desa Soko ini terdapat banyak kategori UMKM dan salah satunya UMKM meja lipat Jalerpitu yang sudah berdiri sejak tahun 2019. Meja lipat "Jalerpitu" ini merupakan UMKM yang bergerak di bidang furnitur. Industri meja lipat yang dirintis oleh mas Puji ini merupakan jenis industri kecil yang memiliki tujuan untuk mencari keuntungan dan sebagai sumber utama pendapatan keluarga.

Sejarah berdirinya UMKM meja lipat "Jalerpitu" diawali dengan mas Puji yang ikut bekerja di salah satu pengrajin meja lipat di desa Pandanagung selama kurang lebih dua tahun. Karena mas Puji sudah merasa memiliki keahlian yang cukup untuk membuka usaha meja lipat sendiri, akhirnya mas Puji mulai membuka sendiri usaha meja lipat di rumahnya dan dinamai dengan "Jalerpitu".

Alasan kami memilih lokasi pendampingan di UMKM “Jalerpitu” yang terletak di Desa Mentoro Dusun Sawahan ini karena usaha meja lipat yang dirintis pada tahun 2019 ini belum mempunyai izin legalitas usaha, dan belum sepenuhnya mengetahui dan memahami bagaimana cara memasarkan produk dengan memanfaatkan beberapa platform digital yang ada pada saat ini yang dinilai dapat meningkatkan strategi pemasaran digital. Pelaksanaan pendampingan ini dinilai sangat penting dilakukan karena pendampingan ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha dalam mengatasi masalah pemasaran dan meningkatkan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan dari produk meja lipat yang dihasilkan.

## **BAB II**

### **SOLUSI PERMASALAHAN**

#### **2.1 Solusi Permasalahan Pendampingan**

Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM, Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) berperan penting untuk melindungi para pelaku usaha, untuk memperoleh kepastian dalam berusaha dan menikmati keamanan dan kenyamanan yang seharusnya para pelaku usaha peroleh, supaya dapat berkontribusi secara nyata dalam meningkatkan nilai tambah dalam produksi, menyediakan barang dan jasa kebutuhan masyarakat, serta penyerapan tenaga kerja (Saridewi et al., 2023).

Akan tetapi banyak pelaku usaha yang menghiraukan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Mereka beranggapan bahwa dalam mengurus perizinan usaha adalah hal yang cukup rumit untuk dilakukan dan memakan banyak waktu. Pemasaran juga menjadi bagian yang penting dalam menjalankan suatu usaha. Diperlukan adanya pengelolaan yang baik supaya usaha yang sedang dijalankan ini dapat tumbuh dan berkembang lebih baik serta mampu bersaing dengan para pesaingnya. Elemen yang penting dalam pemasaran adalah strategi pemasaran dan bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Strategi pemasaran ini diperlukan untuk menentukan dan memilih segmen pasar, pasar sasaran, dan posisi pasar dengan tepat (Utama, 2019).

Dari penjelasan di atas, kami mendapati usaha meja lipat “Jalerpitu” yang sedang dijalankan oleh mas Puji ini belum mendaftarkan legalitas usaha, masih menggunakan strategi pemasaran tradisional, dan belum mempunyai komponen citra merek. Oleh karena itu kami memberikan sebuah solusi untuk melakukan pendampingan izin legalitas usaha dengan cara memberikan pemahaman terkait cara mendaftarkan izin legalitas usaha melalui website OSS (Online Single Submission), meningkatkan strategi pemasaran digital guna meningkatkan penjualan produk meja lipat yang dihasilkan dengan cara pendaftaran marketplace shopee, dan meningkatkan branding atau membangun identitas merek dengan pembuatan logo dan banner.

Shopee merupakan marketplace terkemuka di Indonesia sejak tahun 2015. Marketplace shopee berhasil tumbuh dengan pesat berkat adopsi teknologi, peningkatan penggunaan internet, dan kemudahan transaksi. Strategi pemasaran agresif yang dilakukan shopee seperti kampanye diskon dan kolaborasi dengan para selebriti ini dapat

menarik minat banyak konsumen (Samudra et al., 2024).

Pembuatan logo dan banner juga menjadi pilihan kami dalam strategi peningkatan branding atau citra merek meja lipat “Jalerpitu”. Karena pembuatan logo dan banner ini ini dinilai mampu menjadi daya tarik dari usaha yang dijalankan dan dinilai mampu untuk memperluas cakupan pasar mereka serta memberikan peluang bagi UMKM meja lipat “Jalerpitu” ini untuk meningkatkan penjualan produk mereka.

## **2.2 Riset Terdahulu dan Teori Yang Relevan**

Dalam era digitalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, membangun identitas merek atau branding yang kuat menjadi penting bagi UMKM. Identitas merek yang khas dan menarik dapat membantu UMKM menonjol di tengah kompetisi pasar dan meningkatkan daya saing produk atau jasa yang mereka tawarkan. Era digitalisasi juga memungkinkan UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas melalui platform e-commerce, memanfaatkan teknologi untuk efisiensi operasional, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui media sosial dan aplikasi berbasis teknologi. Selain itu, digitalisasi membuka peluang untuk analisis data yang lebih baik, sehingga UMKM dapat membuat keputusan yang lebih tepat berdasarkan tren pasar dan perilaku konsumen (Samudra et al., 2024).

Pada pendampingan yang telah dilakukan oleh (Ayu Khrisnawati et al., 2022) dengan tema pendampingan pendaftaran NIB dan pelatihan E-Commerce guna meningkatkan penjualan UMKM di desa Pakel Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang menghasilkan para pelaku UMKM menjadi memiliki NIB atas usahanya dan mereka mengetahui pentingnya pemanfaatan e-commerce untuk menunjang penjualan produknya ke jangkauan yang lebih luas.

Pendampingan yang telah dilakukan oleh (Kelly et al., 2025) dengan judul pendampingan branding produk dan pemasaran digital untuk peningkatan UMKM Shuttlecock ini menunjukkan hasil yaitu dengan melakukan branding dan pemasaran digital melalui Website dan akun Shoppe dapat meningkatkan ekonomi masyarakat paguyuban shuttlecock di desa Sumbergepoh. Dengan melalui Website dan akun Shoppe memungkinkan pelanggan untuk mengakses pasar yang lebih luas, tidak terbatas pada lokasi fisik dan juga mempermudah pelanggan untuk membeli barang, meningkatkan volume penjualan. Ini secara langsung membantu pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Pendampingan dengan judul pendampingan branding improvement dan digitalisasi marketing UMKM Berkah “Brangkal Ketela” Desa Prayungan yang dilakukan oleh (Suminto et al., 2023) menunjukkan hasil bahwa program pendampingan branding improvement dan digitalisasi marketing menunjukkan peningkatan produksi. Pertumbuhan omzet pendapatan penjualan produk meningkat sebanyak 90 persen, tentu juga didukung kontribusi pemasaran yang bertambah luas.

Teori yang akan kami gunakan untuk pendampingan ini adalah teori RBV (Resource-Base View). Teori RBV (Resource-Base View) ini pertama kali diperkenalkan secara formal oleh Jay Baarney (1991). RBV menganalisis dan menginterpretasikan sumber daya organisasi untuk memahami bagaimana organisasi mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. RBV berfokus pada konsep atribut perusahaan yang sulit ditiru sebagai sumber kinerja superior dan keunggulan kompetitif. Sumber daya yang tidak dapat dengan mudah ditransfer atau dibeli, yang memerlukan kurva pembelajaran yang panjang atau perubahan besar dalam iklim dan budaya organisasi, lebih cenderung bersifat unik bagi organisasi dan, oleh karena itu, lebih sulit ditiru oleh pesaing (Pankaj M Madhani, 2014).

Menurut RBV, sebuah organisasi dapat dianggap sebagai kumpulan sumber daya fisik, sumber daya manusia, dan sumber daya. Sumber daya organisasi yang berharga, langka, tidak dapat ditiru dengan sempurna, dan tidak dapat digantikan dengan sempurna adalah sumber utama keunggulan kompetitif yang berkelanjutan untuk kinerja unggul yang berkelanjutan (Pankaj M Madhani, 2014).

RBV berguna dalam mengidentifikasi dasar yang dengannya sumber daya dan kapabilitas suatu perusahaan berfungsi sebagai sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan demikian, sumber daya dan kapabilitas merupakan landasan fundamental dari setiap sumber keunggulan. RBV menegaskan bahwa kepemilikan dan kendali atas aset strategis menentukan organisasi mana yang akan memperoleh laba lebih besar dan menikmati posisi keunggulan kompetitif atas yang lain (Pankaj M Madhani, 2014)

Melalui teori ini, pelaku usaha dapat mengembangkan dan memaksimalkan sumber daya seperti legalitas usaha untuk meningkatkan kredibilitas di mata konsumen dan mitra bisnis. Dengan memiliki NIB dan izin resmi, usaha menjadi lebih mudah dipercaya serta dapat mengakses berbagai program bantuan dan pembiayaan. Pada aspek pemasaran, pelaku usaha dapat membangun identitas merek melalui pembuatan logo, dan banner yang menarik. Logo dan banner yang menarik ini dapat menjadi identitas visual yang dapat menarik perhatian konsumen sehingga penjualan akan suatu produk dapat mengalami peningkatan.

## **BAB III METODE PELAKSANAAN**

### **3.1 Teknik Pendampingan**

Teknik pendampingan merupakan cara sistematis yang digunakan untuk mencapai tujuan, yaitu meningkatnya penjualan produk. Teknik ini berfokus terhadap tindakan atau berfokus terhadap pendekatan operasional yang digunakan. Terdapat berbagai macam teknik yang digunakan pada suatu pendampingan dan harus disesuaikan dengan tujuan serta strateginya. Dalam pendampingan dengan UMKM meja lipat "Jalerpitu" ini kami menggunakan 2 teknik pendampingan diantaranya:

a) Pendekatan branding

Teknik pendekatan berbasis branding ini merupakan jenis teknik pendampingan yang mengandalkan pada inovasi dan kreativitas dalam memecahkan persoalan utama pada usaha meja lipat "Jalerpitu", yaitu kurangnya identitas merek yang menghambat perkembangan pemasaran digital pada usaha meja lipat "Jalerpitu". Pendampingan dilakukan untuk melatih pelaku usaha dalam membuat simbol usaha yang mencerminkan karakter dari usaha yang dijalankan seperti logo, dan banner.

b) Pendampingan legalitas

Pendampingan legalitas merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk membantu pelaku usaha dalam memperoleh legalitas. Hal ini bertujuan agar pelaku usaha memiliki identitas usaha secara resmi yang dapat juga digunakan untuk mengakses berbagai sumber bantuan dan pembiayaan dalam usaha meja lipat.

c) Pelatihan pemasaran digital

Pelatihan pemasaran digital ini merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan atau pemahaman kepada pelaku usaha untuk memahami penggunaan teknologi digital. Pada pendampingan usaha meja lipat "Jalerpitu" ini menggunakan teknik pelatihan pemasaran digital supaya pelaku usaha dapat memahami bagaimana cara membuat akun pada market place shopee serta bagaimana Pelatihan digital marketing penggunaan market place shopee tersebut sebagai media pemasaran digital yang akan digunakan sebagai salah satu bentuk pemasaran digital produk meja lipat.

### 3.1 Tahapan Kegiatan

Berikut ini adalah tahapan kegiatan yang dilaksanakan untuk mengimplementasikan pendampingan Digital Marketing untuk Usaha UMKM meja lipat "Jalerpitu":

#### a) Tahap Persiapan

Tahapan persiapan menjadi tahapan awal untuk mengenal lebih dekat usaha meja lipat "Jalerpitu" dan menggali beberapa informasi yang ada pada usaha meja lipat tersebut. Informasi yang digali seperti sejarah berdirinya usaha meja lipat, kapan tahun berdirinya, harga jual meja lipat, ukuran-ukuran meja lipat, kelebihan dari produk yang dihasilkan, bagaimana proses pembuatan dan pemasaran meja lipat yang dilakukan, serta ancaman atau tantangan yang menjadi hambatan dalam mengembangkan usaha meja lipat ini. Pada tahap persiapan ini kami menemukan kendala yang dihadapi usaha meja lipat "Jalerpitu" ini yaitu belum memiliki izin legalitas usaha, usaha meja lipat "Jalerpitu" belum sepenuhnya menerapkan strategi pembayaran digital dan belum memanfaatkan market place shopee yang mana pada masa ini aplikasi shopee merupakan aplikasi yang menjadi favorit untuk para pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Selain itu usaha meja lipat "Jalerpitu" juga belum sepenuhnya menciptakan branding yang kuat seperti belum adanya logo produk, dan juga banner usaha.

#### b) Tahap Pendampingan

*Pada tahap pendampingan pada usaha usaha meja lipat "Jalerpitu" ini kami menggunakan pendekatan pendampingan teknis. Pendekatan pendampingan teknis merupakan jenis metode pendampingan yang memiliki fokus pada pemberian bimbingan atau pelatihan praktis dan teknis kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Tujuan pendekatan ini adalah untuk membantu pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan, dan meningkatkan strategi pemasaran dari produk yang dihasilkan yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan Pelatihan digital marketing penjualan dari produk tersebut. Pendekatan yang kami lakukan pada usaha usaha meja lipat "Jalerpitu" dilakukan dengan beberapa cara diantaranya adalah sebagai berikut:*

- Pembuatan Logo

Logo menjadi daya tarik tersendiri dari sebuah produk, logo dapat digunakan sebagai pembeda dari produk yang kita hasilkan dengan produk yang dihasilkan oleh pesaing lain. Dengan adanya proyek pembuatan logo ini, diharapkan dapat membantu meningkatkan pemasaran dari produk meja lipat "Jalerpitu".

- Pendampingan izin legalitas

Tujuan pendampingan legalitas ini adalah untuk membantu pelaku usaha dalam memperoleh status hukum yang sah dengan melalui perizinan resmi seperti NIB (Nomor Induk Berusaha) sehingga usaha yang sedang dijalankan ini mendapat pengakuan oleh pemerintah. NIB ini nantinya juga bisa digunakan untuk mengakses beberapa bantuan pemerintah seperti kredit usaha rakyat (KUR). Pendampingan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) pada akun OSS

- Pembuatan akun shopee

Projek pembuatan akun shopee menjadi upaya yang dilakukan untuk memperluas jangkauan konsumen usaha meja lipat "Jalerpitu" yang dihasilkan oleh mas Puji. Pembuatan akun shopee ini membantu pelaku usaha meja lipat "Jalerpitu" memanfaatkan market place Shopee untuk memperluas jangkauan pasar secara digital dan dapat meningkatkan penjualan produk meja lipat "Jalerpitu". Pendampingan pembuatan akun Shopee seller untuk memasarkan produk meja lipat "Jalerpitu"

*c) Evaluasi*

Tahap evaluasi merupakan tahap akhir yang digunakan untuk menilai sejauh mana strategi yang diterapkan berdampak terhadap perkembangan usaha. Tahapan evaluasi ini penting karena memberikan gambaran yang nyata terhadap pendampingan yang telah dilakukan dan menjadi dasar untuk melakukan perbaikan bagi pendampingan di masa yang akan datang.

## **BAB IV**

### **KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI**

Perguruan tinggi yang mengajukan program ini adalah Perguruan Tinggi Bojonegoro. Program pengabdian masyarakat di Perguruan Tinggi Bojonegoro berada di bawah Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM). Kegiatan pengabdian pada masyarakat merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh LPPM Universitas Bojonegoro. Pengabdian masyarakat merupakan salah satu bagian Tri Dharma Perguruan Tinggi. Sebagai sebuah lembaga yang menaungi seluruh kegiatan pengabdian masyarakat, LPPM Universitas Bojonegoro telah melakukan beberapa cara (seperti pelatihan penulisan proposal pengabdian) untuk meningkatkan partisipasi dosen untuk mengajukan proposal pengabdian masyarakat baik yang didanai oleh DIKTI maupun lembaga lainnya. Hal ini terbukti dengan meningkatnya perolehan proposal pengabdian masyarakat yang didanai. Universitas Bojonegoro terdiri dari 6 Fakultas yang terbagi menjadi 4 rumpun yaitu, Pertanian, Ekonomi, Sosial, Hukum, dan Sains Teknik.

## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1 Hasil Pendampingan**

Pelaksanaan pendampingan UMKM meja lipat “Jalerpitu” pendampingan ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha dalam memperoleh izin berusaha, mengembangkan dan meningkatkan strategi pemasaran, meningkatkan keterampilan dalam penggunaan teknologi yang digunakan dalam pemasaran produk, dan memperluas akses pasar supaya usaha yang sedang dijalankan ini dapat berkembang lebih baik. Pelaku usaha diberikan pemahaman yang mendalam terkait pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) pada Website OSS, pengisian data yang dibutuhkan pada pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB), Pelaku usaha juga diberikan pemahaman yang mendalam terkait pembuatan akun *Shopee Seller*, serta bagaimana cara mengelola akun *Shopee Seller* tersebut. Kegiatan pendampingan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam penerapan strategi digitalisasi, dan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing produk meja lipat.

##### **a. Tahapan Persiapan**

Pada tahap persiapan, kami melakukan survey untuk melihat kondisi di lapangan mengenai hal-hal yang dapat kami lakukan untuk membantu UMKM supaya menjadi lebih berkembang yang dilakukan dengan cara survey lokasi UMKM dan melakukan wawancara dengan pemilik usaha meja lipat “Jalerpitu” di desa Mentoro, Kecamatan Soko, Kabupaten Tuban.

Di tahap persiapan ini, kami menggali beberapa informasi dari usaha meja lipat seperti sejarah berdirinya UMKM meja lipat, kapan tahun berdirinya, ukuran-ukuran meja lipat, harga jual meja lipat, kelebihan dari produk yang dihasilkan, bagaimana proses pengolahan serta pemasaran meja lipat, serta hambatan-hambatan yang dialami pelaku usaha dalam mengembangkan usaha meja lipat ini.



**Gambar 5.1 Lokasi UMKM Meja Lipat “Jalerpitu”**

**b. Tahap Pelaksanaan**

Pada tahapan pelaksanaan ini, kami kembali melakukan kunjungan ke UMKM meja lipat “Jalerpitu” untuk melakukan pendampingan proyek yang sudah kami rancang pada tahap persiapan. Kami melakukan pendampingan pembuatan logo dan banner, memberikan pemahaman terkait langkah-langkah pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui website OSS, memberikan pemahaman juga terkait pembuatan akun Shopee seller kepada pelaku usaha meja lipat “Jalerpitu”.

Belum adanya citra merek yang mendukung usaha meja lipat menjadi alasan bagi kami untuk melakukan pendampingan pembuatan logo usaha meja lipat. Hal ini dimaksudkan supaya produk meja lipat yang dihasilkan Bapak Puji mempunyai simbol yang lebih menarik dan dapat menjadi daya tarik para konsumen sehingga penjualan produk meja lipat dapat meningkat. Pendampingan pembuatan logo ini mengandalkan platform canva.



**Gambar 5.2 Hasil Pendampingan Pembuatan Logo**

Setelah pendampingan pembuatan logo selesai, kami melanjutkan pendampingan selanjutnya yaitu banner. Pembuatan banner ini dinilai mampu menjadi daya tarik dari usaha yang dijalankan dan dinilai mampu untuk memperluas cakupan pasar meja lipat serta memberikan peluang bagi UMKM meja lipat “Jalerpitu” ini untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Sama halnya dengan logo, pembuatan banner ini juga memanfaatkan platform canva.



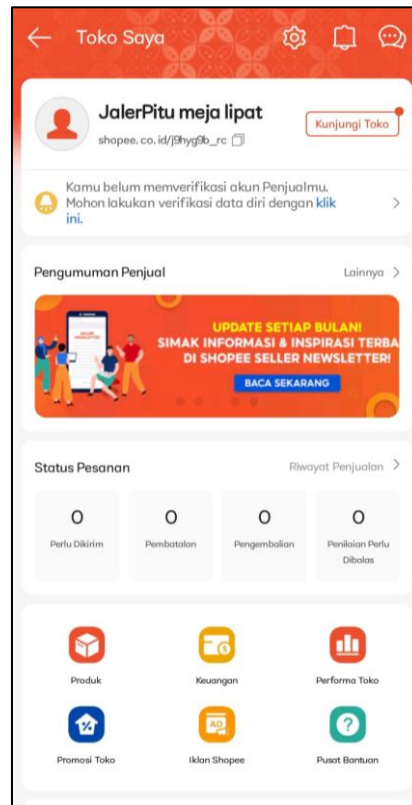
**Gambar 5.3 Hasil Pembuatan Banner**

Usaha meja lipat yang sudah dijalankan sejak Agustus 2019 yang belum memperoleh izin legalitas usaha ini menjadi dasar bagi kami untuk melakukan pendampingan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) supaya usaha meja lipat ini memperoleh pengakuan yang sah secara negara.



**Gambar 5.4 Hasil Pendampingan Pendaftaran NIB**

Strategi pemasaran yang masih tergolong sederhana juga menjadi dasar bagi kami untuk melakukan pendampingan pembuatan akun Shopee seller sebagai upaya dalam meningkatkan pemasaran usaha meja lipat “Jalerpitu”. Market place Shopee dapat digunakan sebagai sarana penjualan secara online karena Shopee merupakan market place terkemuka di Indonesia yang berhasil tumbuh dengan pesat berkat adopsi teknologi, peningkatan penggunaan internet, dan kemudahan transaksi.



**Gambar 5.5 Hasil Pendampingan Pembuatan Akun Shopee Seller**

## 5.1 Pembahasan

### 5.2.1 Projek Pendampingan Pembuatan Logo

Dalam memulai suatu usaha, kepemilikan atas logo untuk produk atau jasa yang dihasilkan menjadi hal yang paling dasar sehingga logo ini bisa menjadi karakteristik dari usaha tersebut. Dengan adanya penggunaan logo dan kemasan sebagai identitas sebuah usaha serta foto produk yang memadukan berbagai komponen warna sebagai media *Branding* dan *Marketing*, tentunya dapat menghasilkan keseimbangan, stabilitas, harmoni yang berdampak pada peningkatan penjualan (Arifudin et al., 2021) dalam (Novitasari et al., 2023).

Logo memiliki fungsi sebagai tanda atau sebagai simbol dari perusahaan yang mewakili keseluruhan perusahaan tersebut dalam bentuk visual. Logo ini akan menyampaikan pesan komunikatifnya kepada konsumen. Pada dasarnya logo merupakan representasi visual dari semua

hal yang menjadi tujuan dari perusahaan.

Pendampingan untuk pembaruan logo ini, dilakukan dengan beberapa tahapan untuk mencapai tujuan yang maksimal. Tahap yang pertama adalah perencanaan yang memuat identifikasi tujuan yang ingin capai dengan adanya pembaruan logo ini seperti menjadi daya tarik konsumen sehingga dapat meningkatkan pemasaran usaha tahu. Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan yaitu merancang dan membuat design logo yang menarik guna meningkatkan pemasaran meja lipat “JalerPitu”. Jadi dengan adanya pembentukan kerangka proyek redesain logo untuk usaha meja lipat “JalerPitu” yang diarahkan untuk meningkatkan pemasaran usahanya.

#### a. Before After

Sebelum memulai pendampingan pembuatan logo, kami mencari inspirasi desain terlebih dahulu dari beberapa sumber yang menarik dan sedang tren saat ini. Setelah itu kami mendiskusikan kepada pelaku usaha yang memberikan respon baik terhadap desain logo yang kami tawarkan. Setelah memilih desain logo, kami mulai melakukan perubahan desain menjadi desain yang lebih menarik.



**Gambar 5.6 Sebelum Adanya Pendampingan Pembuatan Logo**

Gambar 5.6 di atas merupakan profil media sosial Facebook yang dimiliki pelaku usaha meja lipat "JalerPitu" untuk memasarkan produknya. Dapat dilihat dari gambar di atas, bahwasanya pelaku usaha belum mempunyai logo usaha yang dibuktikan dengan profil Facebook nya yang hanya menggunakan foto produk meja lipat saja. Hal ini tentunya masih dinilai kurang menarik untuk dapat membuat para konsumen melirik produknya. Oleh karena itu, kami melakukan pembuatan logo untuk usaha meja lipat "JalerPitu" supaya dapat menarik minat konsumen dan meningkatkan daya beli produk meja lipat.



**Gambar 5.7 Setelah Adanya Pendampingan Pembuatan Logo**

Setelah dilakukan pendampingan, usaha Meja Lipat 'JalerPitu' akhirnya memiliki logo resmi yang lebih modern, profesional, dan menarik secara visual. Logo ini memanfaatkan inisial JP, yang merupakan singkatan dari "JalerPitu". Penggunaan font dan warna yang tidak mencolok tetapi tetap berkarakter memberikan kesan yang estetis dan serius.

Elemen visual seperti gambar meja lipat disisipkan untuk menambah daya ingat visual serta mempermudah konsumen dalam mengenali dan mengingat brand. Dengan adanya logo ini, identitas usaha menjadi lebih kuat dan konsisten, yang berpotensi meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen terhadap produk meja lipat yang ditawarkan.

#### **b. Evaluasi**

Projek pembaharuan logo ini digunakan sebagai simbol dari usaha meja lipat "JalerPitu" milik Bapak Puji. Selain itu logo ini juga dapat menjadi daya tarik para konsumen sehingga dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan produk meja lipat.

### **5.2.2 Projek Pendampingan Pembuatan Banner**

Banner menjadi salah satu bentuk promosi yang biasanya terbuat dari kain, plastik, atau bahan lainnya yang dipasang di tempat-tempat yang dinilai strategis seperti di jalan raya, pusat perbelanjaan atau di tempat publik lainnya. Banner ini dapat digunakan untuk berbagai tujuan, seperti promosi produk atau layanan, pemberitahuan acara, atau menyampaikan pesan-pesan penting kepada masyarakat. Pentingnya pemasangan banner terletak pada kemampuannya untuk menarik perhatian orang-orang dan menyampaikan pesan yang ingin disampaikan dengan jelas dan singkat. Pemasangan banner dapat menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan informasi dan pesan kepada masyarakat (Zenita Afifah Fitriyani et al., 2023).

Dalam pembuatan banner ini, dilakukan dengan beberapa tahapan untuk mencapai tujuan

yang diinginkan. Tahap yang pertama adalah perencanaan yang memuat identifikasi tujuan yang ingin dicapai dengan adanya pembuatan banner ini seperti meningkatkan pemasaran dan menarik perhatian konsumen terhadap usaha meja lipat. Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan, yaitu proses desain dan pembuatan banner dengan tampilan visual yang menarik dan informatif. Banner dirancang supaya mampu menyampaikan informasi penting secara singkat dan jelas, sehingga konsumen dapat langsung memahami produk dan keunggulan dari usaha meja lipat tersebut.

**a. Before After**

Sebelum adanya proyek pembuatan banner, di rumah pelaku usaha meja lipat yaitu Bapak Puji, sama sekali tidak ada banner atau media yang digunakan untuk menjadi daya tarik dan informasi dari usahanya. Hal ini dibuktikan melalui foto tampak depan rumah Bapak Puji yang masih terlihat kosong belum terdapat banner yang memuat informasi singkat dan jelas terkait usaha meja lipat yang sedang dijalankan.



**Gambar 5.8 Sebelum Adanya Pendampingan Pembuatan Banner**



**Gambar 5.9 Setelah Adanya Pendampingan Pembuatan Banner**

Setelah adanya pendampingan pembuatan banner, rumah pelaku usaha meja lipat "JalerPitu" sekarang sudah terdapat banner yang diletakkan tepat di depan rumah pelaku usaha. Banner ini memuat informasi penting terkait usaha meja lipat "JalerPitu", seperti nama usaha, jenis produk yang dijual, dan kontak yang dapat dihubungi.

**b. Evaluasi**

Pemasangan banner ini menjadi salah satu bentuk strategi pemasaran sederhana namun efektif untuk meningkatkan visibilitas usaha meja lipat "JalerPitu" di mata masyarakat sekitar. Dengan adanya banner, diharapkan calon konsumen yang melintas dapat dengan mudah mengetahui jenis usaha dan produk yang ditawarkan, sehingga dapat menarik minat beli dan membantu meningkatkan penjualan.

**5.2.3 Projek Pendampingan Pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB)**

NIB membantu meningkatkan transparansi dalam dunia usaha dengan memudahkan pemerintah untuk mengawasi dan menegakkan hukum terkait perizinan dan regulasi usaha. Dengan demikian, NIB tidak hanya mempermudah proses berusaha, tetapi juga menjadi langkah penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM sebagai salah satu sektor ekonomi Indonesia (Puspitasari & Widodo, 2024).

Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dilakukan melalui sistem Online Single

Submission (OSS). Sebelum adanya Sistem OSS untuk pengajuan izin usaha untuk semua jenis kegiatan usaha, dilakukan secara langsung dengan mengajukan permohonan penerbitan izin usaha melalui Pemerintah Daerah dalam hal ini adalah Dinas Perizinan dan Penanaman Modal, dan instansi pemerintah daerah lainnya, misalnya Dinas. Pelaku usaha dalam mengajukan permohonan izin tersebut harus memenuhi segala persyaratan-persyaratan terlebih dahulu, baik persyaratan teknis maupun administrasi yang dibutuhkan sesuai dengan jenis perizinan yang dimintanya (Puspitasari & Widodo, 2024).

Setelah adanya sistem OSS, para pemilik usaha dapat mengajukan permohonan penerbitan izin usaha secara legalitas dengan mengakses sistem OSS secara online. Pendampingan pembuatan NIB UMKM meja lipat “JalerPitu” dilakukan dengan beberapa tahapan. Yang pertama tahap persiapan dengan melakukan wawancara terhadap pelaku usaha apakah sudah memiliki NIB atau belum. Tahap kedua pengenalan NIB dan syarat yang dibutuhkan untuk mendaftarkan NIB usaha meja lipat. Tahap yang ketiga adalah tahap pelaksanaan dengan melakukan pendampingan kepada pelaku usaha dalam pembuatan NIB. Berikut merupakan langkah-langkah dalam mendaftarkan NIB usaha meja lipat “JalerPitu”:

- Pendaftaran pada sistem OSS

Membuat akun untuk pemilik usaha meja lipat “Jalerapaitu melalui sistem OSS, dengan mendaftarkan nomor induk kependudukan (NIK) dan nomor telepon Bapak Janis selaku pemilik usaha. Setelah pendaftaran selesai dilakukan, maka akan mendapatkan verifikasi pendaftaran, setelah itu akan diarahkan untuk mengisi password yang nantinya akan digunakan login untuk mengakses sistem OSS.

- Verifikasi Data Pelaku Usaha

Setelah berhasil login pada website OSS, langkah selanjutnya yakni mengisi data usaha meja lipat “JalerPitu” yang dimiliki secara lengkap dan benar. Data-data yang perlu diisi yaitu data identitas pemilik (nama lengkap, nomor identitas (KTP), alamat, dan nomor telepon pemilik usaha), data usaha (nama usaha, bentuk badan usaha (misalnya, perseorangan, CV, PT), alamat usaha, dan bidang usaha), data administrasi (informasi terkait perizinan yang diperlukan, jumlah tenaga kerja, dan modal usaha).

- Pengajuan NIB

Setelah data UMKM terverifikasi, dapat dilanjutkan ke tahap pengajuan NIB. Mulai dari pengisian Formulir NIB, pengunggahan Dokumen Pendukung (seperti surat keterangan domisili usaha, NPWP, dan izin teknis lainnya), lalu dilanjutkan dengan Review dan Konfirmasi untuk meninjau kembali data yang telah diisi dan dokumen yang diunggah untuk

memastikan semuanya lengkap dan benar sebelum mengirimkan pengajuan.

Jika semua persyaratan telah terpenuhi, NIB akan diterbitkan oleh sistem OSS dan dapat diunduh. NIB yang diunduh berbentuk dokumen elektronik yang sah digunakan sebagai identitas usaha meja lipat “JalerPitu”.

#### a. Before After

Sebelum adanya pendampingan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB), usaha yang dijalankan Bapak Puji ini sama sekali belum mempunyai isin legalitas usaha. Setelah adanya pendampingan ini, usaha meja lipat “JalerPitu” sudah mempunyai izin legalitas usaha yang sah yang dibuktikan dengan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang sudah didapatkan dari pendaftaran melalui website OSS sehingga usaha meja lipat “JalerPitu” ini juga memperoleh pengakuan yang sah secara negara.



**Gambar 5.10 Setelah Adanya Pendampingan Pendaftaran NIB**

#### b. Evaluasi

Setelah adanya pendampingan ini, usaha meja lipat “JalerPitu” sudah dapat beroperasi secara legal dan memperoleh kepercayaan lebih dari konsumen dan mitra bisnis. Selain itu, NIB membuka akses untuk mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan dan mengikuti program-program pemerintah yang mendukung pengembangan usaha meja lipat “JalerPitu”.

#### **5.2.4 Projek Pendampingan Pembuatan Akun *Shopee Seller***

Shopee merupakan marketplace terkemuka di Indonesia sejak tahun 2015. Marketplace shopee berhasil tumbuh dengan pesat berkat adopsi teknologi, peningkatan penggunaan internet, dan kemudahan transaksi. Strategi pemasaran agresif yang dilakukan shopee seperti kampanye diskon dan kolaborasi dengan para selebriti ini dapat menarik minat banyak konsumen (Samudra et al., 2024). Shopee Seller Center disediakan khusus oleh Shopee dengan maksud agar penjual dapat mengelola dan mengatur toko dengan mudah.

Pendampingan pembuatan akun Shopee Seller dilakukan dengan beberapa tahapan. Tahap pertama adalah persiapan, pada tahap persiapan ini kami mengumpulkan data dan dokumentasi dokumen pelaku usaha yang diperlukan untuk pembuatan akun shopee. Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan, kami memberikan pemahaman serta melakukan pendampingan kepada pelaku usaha terkait langkah-langkah pembuatan akun shopee seller. Berikut merupakan langkah-langkah pembuatan akun Shopee Seller:

- **Pembuatan Akun Shopee**

Langkah awal yang harus dilakukan adalah mendownload shopee terlebih dahulu kemudian membuka aplikasi shopee yang sudah didownload lalu klik “daftar” dan masukkan nomor telepon yang aktif dari pelaku usaha, tidak hanya memakai no telepon pengguna juga bisa mendaftar lewat akun google, facebook, dll.

Lakukan verifikasi untuk bisa masuk ke dalam shopee, shopee akan memberikan pesan angka sebagai kode verifikasi shopee, biasanya berupa email, sms, dan pesan lainnya. Setelah pesannya masuk, masukkan kode yang sudah ada.

Langkah selanjutnya adalah mengatur kata sandi akun, untuk keamanan akun, shopee memberikan fitur keamanan tersebut agar terhindar dari kejahatan, atau dapat gampang diakses oleh orang asing. Dan lanjut klik daftar. Akun shopee sudah selesai dibuat/aktif.

- **Pendaftaran Toko dan Upload Produk**

Pengguna akan di arahkan ke kolom saya, untuk membuat akun penjual dan toko penjual klik pada bagian “mulai jual” lalu pilih mulai pendaftaran. Isi nama toko yang sudah disiapkan sebelumnya, kemudian klik alamat & jasa pengiriman sesuai alamat toko, pilih jasa pengiriman apa saja yang diinginkan untuk toko.

Selanjutnya mengisi nomor telepon penjual, kemudian melakukan kode verifikasi lagi seperti pembuatan akun shopee yang awal. Klik lanjut, lalu upload foto produk yang ingin

dijual, ketik nama produknya, lalu ketik deskripsi dari produk yang ingin dijual bisa berupa keunggulan dari produk dll, pilih juga produknya masuk ke kategori apa seperti cemilan, kecantikan, dll.

Jika pengisian memiliki bintang merah artinya harus/wajib di isi, jadi langkah selanjutnya adalah mengisi kolom wajib, seperti merek, jenis produk, harga, stok, disesuaikan dengan produk yang di jual. Jika sudah selesai semua, klik tampilkan, lalu klik kirim. Akun penjual selesai dibuat (Nurbayzura et al., 2022) dalam (Siti Aisyah et al., 2022).

- **Pengaturan Profil Toko**

Klik keamanan & akun dan masuk ke profil saya, ubah foto dari profil dan sampul toko yang sudah disiapkan sebelumnya, kemudian ubah nama sesuai dengan nama toko, isi juga profil toko bisa mengisi tentang profil toko, deskripsi toko, jam operasional dll. Klik simpan dan isi juga jenis kelamin & tanggal lahir.

- **Pengisian Rekening Bank**

Klik kartu/rekening bank, kemudian pilih bisa menggunakan kartu kredit, BCA one klik, Bri direct debit, dan Rekening bank. Sesuaikan dengan yang diinginkan, karena rekening bank dibuat untuk melakukan penarikan saldo penjualan jadi wajib untuk di isi.

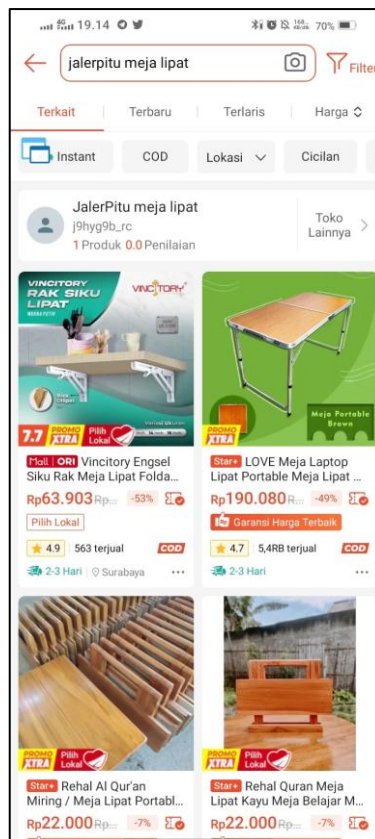
- a. Before After**

Sebelum adanya pendampingan pembuatan akun Shopee Seller, pelaku usaha meja lipat “JalerPitu” sudah mempunyai market place shopee. Akan tetapi, akun shopee yang dimiliki pelaku usaha masih dalam kategori akun pembeli karena hanya digunakan untuk membeli barang saja dan belum digunakan untuk kepentingan penjualan produk meja lipat. Hal ini yang menyebabkan akun JalerPitu meja lipat tidak muncul di pencarian toko, tidak memiliki halaman produk, serta belum tersedia fitur untuk mengelola pesanan, memantau performa toko, atau menjalankan promosi. Hal ini dibuktikan melalui gambar di bawah ini yang mana ketika kita melakukan pencarian dengan kata kunci “JalerPitu meja lipat” toko tersebut tidak muncul di hasil pencarian yang sudah kita lakukan.



**Gambar 5.11 Sebelum Pendampingan Pembuatan Akun Shopee**

Setelah adanya pendampingan, tampilan akun Shopee pelaku usaha ini sudah berubah dari sebelumnya yang hanya seperti akun pembeli biasa menjadi akun penjual dengan fitur lengkap. Sekarang sudah ada dashboard khusus penjual yang menampilkan status pesanan, menu untuk mengelola produk, laporan keuangan, performa toko, hingga fitur promosi dan iklan Shopee. Setelah adanya pendampingan pembuatan akun shopee ini, akun shopee “JalerPitu meja lipat” sudah dapat diakses publik dan muncul di hasil pencarian dengan kata kunci produk dan nama toko nya. Kemunculan akun dalam pencarian ini menunjukkan bahwa toko “JalerPitu meja lipat” sudah aktif secara sistem dan telah memenuhi standar minimal visibilitas di marketplace Shopee.



**Gambar 5.12 Setelah Pendampingan Pembuatan Akun Shopee**

**b. Evaluasi**

Dengan adanya pendampingan pembuatan akun Shopee Seller ini, pelaku usaha meja lipat jadi lebih mudah mengatur tokonya dan berpotensi meningkatkan penjualan produk meja lipat “JalerPitu” melalui berbagai fitur yang tersedia di market place Shopee.

## 5.2 Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan Branding Usaha Gapit Gamoh yang merupakan UMKM makanan ringan tradisional. Selama ini, Gapit Gamoh masih sangat mengandalkan pemasaran konvensional dan penjualan secara langsung (*direct selling*) yang menyebabkan keterbatasan pangsa pasar pada area lokal di sekitar Desa Bulurejo, Tuban.

Tim pengabdian membantu memasarkan Usaha Gapit Gamoh yang dimulai dengan penguatan citra fisik dan visibilitas di lokasi usaha. Hal ini diwujudkan dengan membuat dan memasang Banner, Neon Box, dan Papan Petunjuk Arah. Aset fisik ini berfungsi untuk membangun citra usaha yang profesional dan memudahkan pelanggan lokal yang ingin berkunjung atau memastikan lokasi usaha, terutama sebagai langkah awal *rebranding* visual.

Selain itu, tim pengabdian masyarakat mengimplementasikan program Pemasaran Digital dengan membuat akun media sosial yaitu Instagram (dan platform pendukung lainnya) yang mulai digunakan untuk promosi.

Media sosial dapat membantu pemilik Usaha Gapit Gamoh:

- Memperluas jangkauan pasar dari sekadar pasar lokal Tuban ke wilayah yang lebih luas.
- Meningkatkan visibilitas produk makanan ringan tradisional tersebut.
- Berinteraksi dengan pelanggan secara lebih efektif dan cepat.

Dengan mempunyai Media sosial, pelaku Usaha Gapit Gamoh dapat memasarkan produknya kepada konsumen di berbagai wilayah, membuka peluang untuk pengiriman antarkota.

Melalui pembuatan Media sosial, banner, neon box, dan papan petunjuk arah yang menarik, pemilik Usaha Gapit Gamoh dapat membangun citra yang kuat untuk produk makanan ringan tradisionalnya. Citra yang kuat akan memberikan nilai tambah pada produk agar lebih mudah dikenal dan diingat oleh konsumen, serta meningkatkan kepercayaan.

Sebelum adanya kegiatan pengabdian masyarakat, pemilik Usaha Gapit Gamoh menghadapi kesulitan dalam mencapai pasar yang lebih luas. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan mengenai pentingnya mempunyai

merek (branding) dan layanan serta digital marketing untuk meningkatkan penjualan UMKM.

Setelah adanya kegiatan pengabdian masyarakat, melalui rebranding visual dan digital marketing, pemilik usaha Gapit Gamoh dapat mengatasi keterbatasan pangsa pasar dengan mencapai konsumen di wilayah yang lebih luas, baik di sekitar wilayah Tuban maupun di luar kota/provinsi. Potensi peningkatan volume penjualan dan ekspansi pengiriman juga dapat ditingkatkan. Dengan mempunyai *branding* yang menarik dan pemasaran melalui media sosial, pemilik usaha Gapit Gamoh dapat meningkatkan perkembangan pasar yang lebih luas.

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat yang telah dilakukan oleh tim pengabdian, mitra sangat antusias dalam mengikuti pendampingan ini. Hal ini dibuktikan dengan partisipasi aktif mitra dalam setiap sesi, termasuk ketertarikan untuk belajar membuat desain *banner* sendiri dan mempelajari pengelolaan media sosial untuk bisnis. Komitmen mitra ini menunjukkan bahwa tim pengabdian merasa senang dalam menjalankan kegiatan ini karena adanya keseriusan dan niat belajar yang tinggi.

Rebranding adalah proses memperbarui atau mengubah elemen-elemen identitas sebuah merek dengan tujuan memperbaiki atau mengubah citra perusahaan di mata konsumen. Dalam konteks Gapit Gamoh, perubahan ini mencakup aspek visual fisik (seperti *banner*) dan tampilan digital.

Tujuan Rebranding pada usaha Gapit Gamoh yaitu sebagai berikut:

- Meningkatkan Daya Tarik: Rebranding bertujuan untuk memperbarui identitas merek agar produk tradisional tetap relevan dan menarik bagi pasar modern.
- Pembaruan Citra: Mengubah persepsi produk yang semula hanya dikenal sebagai "jajanan rumahan" menjadi merek UMKM yang dikelola secara profesional dan modern.
- Memasuki Pasar Baru: Rebranding dan digitalisasi membantu Gapit Gamoh menembus segmen konsumen yang aktif menggunakan *platform online* dan tertarik pada produk lokal berkualitas.

Strategi Digital Marketing adalah kunci keberhasilan setelah *rebranding* visual. *Digital marketing* yang dipakai dalam usaha ini yaitu Instagram dengan

menggunakan konten visual yang konsisten yang sejalan dengan *branding* baru produk Gapit Gamoh (misalnya, foto produk yang menarik dan *storytelling* tentang proses pembuatannya).

Monitoring dan Evaluasi pada usaha Gapit Gamoh yaitu sebagai berikut:

- Penyesuaian Strategi: Berdasarkan data kinerja (*engagement* dan *inquiry* dari media sosial), mitra dapat membuat penyesuaian yang diperlukan agar upaya pemasaran tetap relevan dan efektif, misalnya menyesuaikan jenis konten yang paling diminati.
- Dengan *rebranding* yang tepat dan strategi *digital marketing* yang efektif, Gapit Gamoh dapat membangun citra baru yang lebih segar, relevan, dan kompetitif, serta menjangkau lebih banyak pelanggan potensial di berbagai wilayah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Khrisnawati, E., Auliya Rahman Natadipura, M., Yusuf Efendi, M., Aginta Br Ginting, K. Z., Ayu Putu Laras Chantika, I., Nuraini Wahyuni, C., & Billah, tasim. (2022). Pendampingan Pendaftaran Nib Dan Pelatihan E-Commerce Guna Meningkatkan Penjualan Umkm Di Desa Pakel Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 169–175. [https://jurnalfkp.samawa-university.ac.id/karya\\_jpm/index](https://jurnalfkp.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index)
- Cahyo, P. N., Wulansari, D. D., Romadhoni, D. A., & Damayanti, A. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Perluasan Akses Pasar. *Seminar Nasional LPPM UMMAT*, 22, 342–349.
- Delfira, A. F., Yuliarman, P., Baihaqi, M., & Muda, L. (2025). *Analisis Permasalahan Perkembangan UMKM Terhadap Perekonomian di Indonesia*.
- Erwin, E., Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., & Munizu, M. (2023). *DIGITAL MARKETING: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*.
- Kelly, E., Alamsyah, M. V., Hardika, M. B., & Novitasari, D. (2025). *Pendampingan Branding Produk dan Pemasaran Digital untuk Peningkatan Ekonomi UMKM Shuttlecock*. 07.
- Ningtyas, A. K., & Kusuma, Y. B. (2024). Peranan Pendampingan UMKM Untuk Meningkatkan Usaha Dan Akses Pasar Pedagang SWK Urip Sumoharjo. *Journal of Creative Student Research*, 2(4), 103–116.
- Novitasari, D. S., Marseto, M., & Nisa, F. L. (2023). Pendampingan Umkm Menuju Industri Kreatif Melalui Implementasi Digital Marketing Kepada Pelaku Umkm Desa Kedungdalem, Kabupaten Probolinggo. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 1536. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i3.16002>
- Pankaj M Madhani. (2014). The Resource-Based View ( RBV ): Issues and Perspectives The Resource - Based View ( RBV ): Issues and Perspectives . *A Journal of Research of Prestige Institute of Management*, 1(March 2010), 43–55.
- Puspitasari, A. H., & Widodo, C. (2024). *Peranan Nomor Induk Berusaha ( NIB ) Sebagai Legalitas Usaha Bagi Pertumbuhan Bisnis UMKM Tape Semen Bu Suwarti Role of the Business Identification Number ( NIB ) as Business Legality for the Growth of the MSME Business Tape Semen Bu Suwarti*. 2(4).
- Samudra, N., Rochmania, A., Febriana, P., Komunikasi, I., Bisnis, F., Sosial, I., & Sidoarjo, U. M. (2024). *Pendampingan UMKM nekiyuuu dalam Pengembangan Konten Produk Pada E-commerce Shopee untuk Meningkatkan Penjualan yang terus diperbarui , menciptakan ekosistem belanja online yang dinamis dan menarik*. 5(2), 101–113.
- Saridewi, A., Aldiansyah, R., Nilda, E., Ekonomi Syariah FEBI IAIN Kerinci, M., & Manajemen

- Bisnis Syariah FEBI IAIN Kerinci, M. (2023). Pendampingan Pendaftaran Legalitas Usaha Mikro Kecil Menengah Di Desa Bento Kabupaten Kerinci. *RANGGUK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 03(01), 13–18.
- Siti Aisyah, Muhammad Iqbal Sayuti Harahap, Alfi Hidayat, Miftahul Jannah, & Dian Irmawani. (2022). Pengenalan E-Commerce Shopee Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Basreng Sua Snack Tembung Medan. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 2(1), 13–22. <https://doi.org/10.58192/sejahtera.v2i1.378>
- Suminto, A., Putra, A. M., Imari, I., Saddam, M., & Tri, A. (2023). Pendampingan Branding Improvement dan Digitalisasi Marketing Produk UMKM Berkah Alami “ Brangkal Ketela ” Desa Prayungan , Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Kepulauan Riau*, 3, 104–120.
- Utama, I. D. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i1.3829>
- Zenita Afifah Fitriyani, Diego Ahmad Dandy, Dony Prasetyo, Dwi Indasari, Eko Nurfiandy, & Erlin Ananda Putri. (2023). Pendampingan Pembuatan Label Dan Banner Sebagai Upaya Strategi Pemasaran Produk UMKM Cencil Mbok Mini. *ASPIRASI: Publikasi Hasil Pengabdian Dan Kegiatan Masyarakat*, 2(1), 136–150. <https://doi.org/10.61132/aspirasi.v2i1.197>
- Ayu Khrisnawati, E., Auliya Rahman Natadipura, M., Yusuf Efendi, M., Aginta Br Ginting, K. Z., Ayu Putu Laras Chantika, I., Nuraini Wahyuni, C., & Billah, tasim. (2022). Pendampingan Pendaftaran Nib Dan Pelatihan E-Commerce Guna Meningkatkan Penjualan Umkm Di Desa Pakel Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 169–175. [https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya\\_jpm/index](https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index)
- Cahyo, P. N., Wulansari, D. D., Romadhoni, D. A., & Damayanti, A. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Perluasan Akses Pasar. *Seminar Nasional LPPM UMMAT*, 22, 342–349.
- Delfira, A. F., Yuliarman, P., Baihaqi, M., & Muda, L. (2025). *Analisis Permasalahan Perkembangan UMKM Terhadap Perekonomian di Indonesia*.
- Erwin, E., Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., & Munizu, M. (2023). *DIGITAL MARKETING: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*.
- Kelly, E., Alamsyah, M. V., Hardika, M. B., & Novitasari, D. (2025). *Pendampingan Branding Produk dan Pemasaran Digital untuk Peningkatan Ekonomi UMKM Shuttlecock*. 07.
- Ningtyas, A. K., & Kusuma, Y. B. (2024). Peranan Pendampingan UMKM Untuk Meningkatkan

- Usaha Dan Akses Pasar Pedagang SWK Urip Sumoharjo. *Journal of Creative Student Research*, 2(4), 103–116.
- Novitasari, D. S., Marseto, M., & Nisa, F. L. (2023). Pendampingan Umkm Menuju Industri Kreatif Melalui Implementasi Digital Marketing Kepada Pelaku Umkm Desa Kedungdalem, Kabupaten Probolinggo. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 1536. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i3.16002>
- Pankaj M Madhani. (2014). The Resource-Based View ( RBV ): Issues and Perspectives The Resource - Based View ( RBV ): Issues and Perspectives . *A Journal of Research of Prestige Institute of Management*, 1(March 2010), 43–55.
- Puspitasari, A. H., & Widodo, C. (2024). *Peranan Nomor Induk Berusaha ( NIB ) Sebagai Legalitas Usaha Bagi Pertumbuhan Bisnis UMKM Tape Semen Bu Suwarti Role of the Business Identification Number ( NIB ) as Business Legality for the Growth of the MSME Business Tape Semen Bu Suwarti*. 2(4).
- Samudra, N., Rochmania, A., Febriana, P., Komunikasi, I., Bisnis, F., Sosial, I., & Sidoarjo, U. M. (2024). *Pendampingan UMKM nekiyuuu dalam Pengembangan Konten Produk Pada E-commerce Shopee untuk Meningkatkan Penjualan yang terus diperbarui , menciptakan ekosistem belanja online yang dinamis dan menarik*. 5(2), 101–113.
- Saridewi, A., Aldiansyah, R., Nilda, E., Ekonomi Syariah FEBI IAIN Kerinci, M., & Manajemen Bisnis Syariah FEBI IAIN Kerinci, M. (2023). Pendampingan Pendaftaran Legalitas Usaha Mikro Kecil Menengah Di Desa Bento Kabupaten Kerinci. *RANGGUK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 03(01), 13–18.
- Siti Aisyah, Muhammad Iqbal Sayuti Harahap, Alfi Hidayat, Miftahul Jannah, & Dian Irmawani. (2022). Pengenalan E-Comerce Shopee Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Basreng Sua Snack Tembung Medan. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdi Untuk Negeri*, 2(1), 13–22. <https://doi.org/10.58192/sejahtera.v2i1.378>
- Suminto, A., Putra, A. M., Imari, I., Saddam, M., & Tri, A. (2023). Pendampingan Branding Improvement dan Digitalisasi Marketing Produk UMKM Berkah Alami “ Brangkal Ketela ” Desa Prayungan , Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Kepulauan Riau*, 3, 104–120.
- Utama, I. D. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i1.3829>
- Zenita Afifah Fitriyani, Diego Ahmad Dandy, Dony Prasetyo, Dwi Indasari, Eko Nurfiansyah, &

Erlin Ananda Putri. (2023). Pendampingan Pembuatan Label Dan Banner Sebagai Upaya Strategi Pemasaran Produk UMKM Cenil Mbok Mini. *ASPIRASI: Publikasi Hasil Pengabdian Dan Kegiatan Masyarakat*, 2(1), 136–150.  
<https://doi.org/10.61132/aspirasi.v2i1.197>



## JALERPITU MEJA LIPAT

Dsn. Sawahan, Ds. Mentoro RT 06/RW 01 Soko Tuban

0852-3609-5199

### SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJA SAMA MITRA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Moch. Janis  
Instansi/Lembaga (Mitra) : Industri Rumahang "Jalerpitu Meja Lipat"  
Jabatan : Pemilik Usaha  
Alamat : Dsn. Sawahan, Ds. Mentoro RT 06/ RW 01, Soko Tuban  
Nomor HP : 085792744266

Dengan ini menyatakan bersedia bekerja sama dengan dosen sesuai dengan nama yang tersebut di bawah ini, dan bersama ini kami menyatakan bahwa di antara mitra dengan pelaksanaan kegiatan tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan usaha dalam wujud apapun juga.

Judul Pengabdian : Strategi Pendampingan Legalitas, Digitalisasi, serta Branding dalam upaya meningkatkan Daya Saing UMKM meja lipat "Jalerpitu Meja Lipat"  
Nama Ketua : Dedi Trisno Patri, S.E., M.E  
NIDN/NIDK : -  
Instansi : Universitas Bojonegoro  
Jabatan : Dosen  
Alamat : Ds. Bulurejo Kec. Rengel Kab. Tuban  
Nomor HP : 0813-5884-0382  
Sumber Dana : Universitas Bojonegoro

Demikian surat pernyataan kesediaan kerja sama ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bojonegoro, 10 November 2025

Yang Membuat Pernyataan,

  
**MOCH. JANIS**  
Pemilik Usaha

  
Dsn. Sawahan, Ds. Mentoro,  
RT 06/RW 01, Soko Tuban  
No. Wa 0852-3609-5199



## LOGBOOK PENGABDIAN MASYARAKAT

No	Kegiatan Pendampingan	Waktu Pelaksanaan	Keterangan
1	Koordinasi awal dan izin kepada mitra usaha	19 Oktober 2025	Dilaksanakan di lokasi usaha
2	Pengumpulan data dan identifikasi permasalahan UMKM	21 Oktober 2025	Wawancara dan observasi lapangan
3	Pembuatan logo usaha “JalerPitu”	12 November 2025	Menggunakan platform Canva
4	Pembuatan spanduk promosi usaha	12 November 2025	Disesuaikan dengan tema usaha
5	Pendampingan pendaftaran NIB (Nomor Induk Berusaha)	25 Desember 2025	Melalui website OSS
6	Pembuatan QRIS Gopay dan pelatihan transaksi digital	25 Desember 2025	Diperkenalkan sistem pembayaran non-tunai
7	Pendampingan pembuatan akun Shopee Seller	25 Desember 2025	Pembuatan toko online “Jaler Pitu”
8	Pemasangan spanduk di lokasi usaha	25 Desember 2025	Dilakukan bersama mitra usaha
9	Penyerahan dokumen NIB & evaluasi hasil pendampingan	3 Januari 2025	Serah terima dan dokumentasi akhir
10	Penyusunan laporan akhir pendampingan	Februari 2025	Laporan diserahkan

# BUKTI SUBMIT ARTIKEL GUYUB JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT

The screenshot shows a web browser window displaying the submission review page for 'Journal Pengabdian Masyarakat'. The page is titled 'Pengabdian Masyarakat' and shows the following details:

- Penulis:** defitristio.putri
- Judul:** Bantuan Hukum, Digitalisasi, dan Strategi Branding untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Meja Lipat Jalerpitu
- Bagian:** Artikel
- Editor:** Sugiono Sugiono

**Tinjauan Sejawat**

**Babak 1**

Versi Ulasan	13609-39579-2-RV.DOCX	08-02-2026
Dimulai	2026-02-08	
Terakhir diubah	2026-02-20	
Berkas yang diunggah	Tidak ada	

**Keputusan Editor**

Keputusan: —

Beri tahu Editor: Catatan Email Editor/Penulis Tidak Ada Komentar

Versi Editor: 13609-42258-1-ED.DOCX 08-02-2026

Versi Penulis: 13609-42694-1-ED.DOCX 2026-02-20 HAPUS

Unggah Versi Penulis:  No file chosen

Jurnal ini dilisensikan di bawah

**Right Sidebar:**

- Kebijakan Bagian**
- Proses Peninjauan Sejawat**
- Frekuensi Publikasi**
- Pengarsipan**
- Etika Publikasi**
- Pemeriksaan Plagiarisme**
- Biaya Penulis**
- Pedoman Penulis**

**TEMPLAT ARTIKEL**

- 
- 

**PENGUNJUNG**

**Visitors**

	34,489		150
	3,490		142
	2,715		89

23:27  
20/02/2026

## BUKTI DOKUMENTASI PENGABDIAN MASYARAKAT



**PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA**  
**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO**  
**NOMOR INDUK BERUSAHA: 2506250040372**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Perubahan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Mengingat Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan nomor induk berusaha (NIB) kepada:

1. Nama Pelaku Usaha	MUHAMMAD JANI
2. Alamat	DESA MENTORO, Desa/Kelurahan Mentoro, Kec. Soko, Kab. Tuban, Provinsi Jawa Timur
3. Nomor Telepon Seluler	+6285792744256
4. Kode Klasifikasi Risiko Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)	Lihat Lampiran
5. Sisa Usaha	Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses keabsahan, pendaftran kepastian jaminan sosial kesehatan, dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti penemuan laporan pertama Wajib Laporan Kesenagakerjaan di Perusahaan (WLP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai persetujuan pengurusan tanda Standar Nasional Indonesia (SNI) berdasarkan pernyataan mandiri Pelaku Usaha dan selanjutnya memuat informasi dan/atau pendampingan dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 25 Juni 2025

Menteri Investasi dan Hilirisasi/  
 Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,



Ditandatangani secara elektronik

Di cetak tanggal: 25 Juni 2025

1. Dokumen ini diterbitkan oleh OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, sehingga dalam sistem OSS, yang tercatat langsung adalah Pelaku Usaha.

2. Dokumen ini tidak memiliki nilai hukum jika tidak diunduh dan diinstalasi pada perangkat lunak OSS.

3. Dokumen ini dapat dipergunakan secara elektronik untuk keperluan lain yang berkaitan dengan OSS di Indonesia.

4. Dalam kegiatan Pelayanan Masyarakat dapat digunakan sebagai sarana TMS yang digunakan dan akses.



**Beliau  
Sertifikasi  
Elektronik**

